

4. «Логика логистического развития» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.neg.by/publication/2013_06_18_17309.html.
5. «Логистические центры – новые точки развития белорусской экономики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bsc.by/story/logisticheskie-centry-novye-tochki-razvitiya-belorusskoj-ekonomiki>.
6. Мониторинг инфраструктуры Беларуси / А. Гламбоцкая, Е. Ракова, Г. Захман, Г.Иманович, Р. Джуччи. – Минск, 2010. – 60с.
7. Министерство статистики и анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belstat.gov.by.
8. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.economy.gov.by/ru/f_economic.
9. Обзор транспортного сектора Республики Беларусь / Отдел транспорта Департамента устойчивого развития Региона Европы и Центральной Азии – 2010. – 95с.
10. Обзор транспортного сектора Республики Беларусь: докл. N BN 55015-BY / Всемирный банк. Департамент устойчивого развития. Регион Европы и Центральной Азии. — Вашингтон, 2011. — 102 с.
11. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 09.08.2010 № 1181 «Стратегия развития транзитного потенциала Республики Беларусь на 2011 – 2015 годы».
12. «Развитие логистики в Беларуси» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.transavto.by/articles/73.html>.
13. Статистика НБРБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/sref.asp>.
14. Статистический ежегодник Республики Беларусь 2013/ Национальный статистический комитет Республики Беларусь – Мн.:2013. – 578 с.
15. «Транспортная логистика: перспективы развития в ЕЭП» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://export.by/resources/izdaniya_i_publicacii/transportnaya_logistika_perspektivi_v_ep.html-таможенный союз.
16. «У Беларуси есть все предпосылки стать одной из 50 лучших стран по индексу эффективности логистики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/person/opinions/Valerij-Kozlov_i_514246.html.
17. Transport Sector Overview // The World Bank Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/transport>.

УДК 338.48«313»(476)

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТУРИЗМА БЕЛАРУСИ

Innovative potential of tourism of Belarus

Скопец Г.Г., старший преподаватель, м.э.н.,
Лазарчук И.М., старший преподаватель,

Skopets G.G., Senior Lecturer, m.e.n.,
Lazarchuk I.M., Senior Lecturer,
УО «Brest State Technical University», Brest

Аннотация

В статье рассмотрены особенности и факторы развития въездного и выездного туризма Беларуси на современном этапе, конкретизированы основные изменения в структуре туристского спроса и предложения. Сформулировано понятие инновационного потенциала в сфере туризма, рекомендованы направления его наращивания посредством внедрения продуктовых, технологических и маркетинговых инноваций.

Ключевые слова: туризм, туристические прибытия, инновационный потенциал, инновации.

Annotation

In article considers features and factors of development of inbound and outbound tourism of Belarus at the present stage, the main changes in structure of tourist supply and demand are concretized. The concept of innovative potential of the tourism sphere is formulated, the directions of its building by means of introduction of product, technological and marketing innovations are recommended.

Keywords: tourism, tourist arrivals, innovative potential, innovations.

Туризм представляет динамично развивающуюся и высокодоходную сферу экономики, которая формируется усилиями множества субъектов хозяйствования разных стран и способствует международной интеграции. Туристические услуги формируются в разных сферах: в торговых и культурных связях регионов, в научном сотрудничестве, создании совместных экскурсионных центров и маршрутов между странами, открытии представительств туроператоров и т.д. Сегодня туризм приобрел массовый характер.

Развитию международного туризма способствуют объективные и субъективные факторы. В группе объективных факторов лидирующее место занимают социально-экономические, основа которых кроется в опережающем росте личных доходов населения над размерами расходов для удовлетворения необходимых первичных потребностей (питания, одежды, коммунальных выплат). Кроме того, возрастает социальная значимость отдыха. К субъективным факторам, влияющим на развитие мирового туризма, относят деятельность государственных органов, регулирующих порядок въезда-выезда из страны и упрощающих эту процедуру и т.п. Также стоит отметить интенсивное развитие средств массовой информации и распространение всемирной сети Интернет, которая выступает главным источником туристской информации, в том числе гидом и путеводителем.

Рынок туристического бизнеса в Беларуси набирает обороты, при этом его основой выступает выездной туризм (87% приходится на долю выбытий). В 2012 году численность посетивших нашу страну иностранных туристов составила 102,3 % по сравнению с 2011 годом. Значительное сокращение наблюдается в городе Минске и Гомельской области. Для Могилевского, Гродненского, Брестского регионов характерно возрастание туристического потока. Организация туристических маршрутов по территории Беларуси значительно отстает, но Брестский регион, уступая только городу Минску, лидирует благодаря известным маршрутам (например, посещение Брестской крепости, Беловежской пуши).

Количество туристов, выезжавших из Республики Беларусь за рубеж, в 2012 г. составило 154 % по сравнению с 2011 годом, однако докризисный уровень не достигнут. Неравномерно распределяется туристический поток 2010 года из областей. Рост туристов в сравнении с 2009 годом из Могилевской области составил 224,9 %, Витебской и Брестской — 154 %, Гродненской — 153%, Гомельской — 136,9 %, Минской — 135,9 %, города Минска – 118,6 % [1]. Такое возрастание выезжающих туристов связано с преодолением общемирового кризиса, а также ростом реальных доходов населения.

Туризм в Брестском регионе, как и в Республике Беларусь в целом, не занимает должного положения в экономике страны, как в соседних европейских странах. Регионы Беларуси отличаются слабой известностью на мировом туристском рынке и малым использованием системы маркетинга национального туристского продукта. Древняя история, богатая культура, разнообразная природа – эти преимущества должны стать основой регионального сотрудничества с зарубежными фирмами и туристскими организациями.

В последние годы происходят значительные позитивные перемены в области туризма. Стремясь сбалансировать белорусский туристический рынок, государство выбрало в качестве приоритетного направления развитие въездного и внутреннего туризма. Правильность выбора подтверждает положительная тенденция увеличения числа туристов, посетивших Беларусь, и уменьшение числа туристов Республики Беларусь, выезжавших на рубеж.

Таблица 1 – Посещение иностранными туристами Беларуси и выезд белорусских туристов за рубеж (человек) [2]

Годы	Число иностранных туристов, посетивших Республику Беларусь			Число туристов Республики Беларусь, выезжавших за рубеж		
	всего	в том числе		всего	в том числе	
		из иностранных государств	из стран СНГ		в иностранные государства	в страны СНГ

1	2	3	4	5	6	7
1995	16869	12518	4351	625898	570899	54999
2000	60224	48050	12174	1289034	1181570	107464
2001	61491	50757	10734	1386660	1215137	171523
2002	63484	55177	8307	1436483	1198669	237814
2003	64289	56600	7689	1108237	837199	271038
2004	67517	54505	13012	514593	208126	306467
2005	90811	61980	28831	572398	268043	304355
2006	89524	62790	26734	525430	278271	247159
2007	105410	66523	38887	516796	283685	233111
2008	91587	38715	52872	380349	205930	167348
2009	95463	35580	59883	316322	197777	118545
2010	120073	36641	83432	414735	256558	158177
2011	116049	29943	86106	319795	218046	101749
2012	118749	22703	96046	492846	335823	157023

Оценивая данные таблицы, стоит отметить улучшение соотношения числа посетивших Беларусь к числу выехавших из страны. Если в 2000 году на одного иностранного туриста приходилось 21,4 туристов Беларуси, выехавших за рубеж, в 2005 – шестеро белорусских граждан, то в 2012 такое соотношение равно 1:4,15. Общее же число посетивших Республику Беларусь за рассматриваемый период увеличилось по сравнению с 2000 годом на 97 %, а общее число белорусских туристов, выезжавших за рубеж, сократилось на 62 %. Важнейшими причинами существенного сокращения числа поездок за границу являются усложнение визовых формальностей по некоторым популярным направлениям (Польша, Болгария, Италия и др.), а также увеличение интереса белорусских граждан к внутреннему туризму.

Если в период 2000-2004 годов число иностранных туристов, посетивших Беларусь, составляло 60-67 тысяч человек ежегодно, то в 2005-2009 годах – около 90 тысяч, а с 2010 года превысило 116 тысяч человек, что говорит об эффективности принятых мер, связанных с развитием въездного туризма. Численность туристов, прибывших в Республику Беларусь в 2012 году, подрастает на 2,3 % в сравнении с 2011 годом. Среди них лидирующие позиции занимают туристы из России, Украины, Германии, Италии, Латвии, Литвы, Польши, Соединенного Королевства, Турции [2].



Рисунок 1 – Страны-лидеры по посещению Республики Беларусь в 2011 году [3]

В 2012 году наиболее посещаемыми зарубежными странами традиционно оставались Россия, Украина, Болгария, Греция, Египет, Испания, Италия, Литва, Польша, Турция, Чешская Республика. На долю этих стран приходилось почти 90% от общего числа выезжавших за рубеж белорусских туристов. Средняя продолжительность пребывания иностранных туристов в Республике Беларусь в 2012 году сохранилась на уровне 2010 года и составила 5 дней [2].

Развитие туризма в любом регионе зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. В выигрыше находятся те страны, которые имеют все многообразие ресурсов (море, горы, гостиницы). Кроме того, стоит учитывать изменения международного рынка. Согласно данным Барометра международного туризма ЮНВТО, после успешного 2011 года (в течение которого было совершено 996 млн. туристических поездок) в 2012 году преодолен миллиардный рубеж, и число международных прибытий составило 1035 млрд. Спрос на туристические услуги был прогрессирующим во всех регионах, однако наибольшую часть международных туристических прибытий составляет Европа – 535 млн. Особенно стоит подчеркнуть значительный экономический подъем в субрегионе – Центральной и Восточной Европы +8 %, за которым следует Западная Европа +3 % и Южносредиземноморская Европа +2 % [1].

В течение восьми месяцев 2013 года продолжается рост туристических прибытий на 5 % по сравнению с аналогичным периодом 2012 года, при этом среди наиболее динамично развивающихся субрегионов мира выделяют Центральную и Восточную Европу с 8 % прироста [1].

Данная положительная динамика роста путешествий в страны Центральной и Восточной Европы должна стать основным фактором интеграции Беларуси в сферу международного туризма. Беларусь обладает

уникальными ресурсами для предложения всех видов туризма. Национальные парки и заповедники, музеи и замки, санатории и религиозные объекты могут сформировать познавательный и оздоровительный туризм. Популярность экологического туризма определяет наличие в стране нетронутой природы, крупнейших древних лесов, озер, редких видов животных и растений. Относительно новым видом отдыха является агротуризм, перспективы развития которого привлекут любителей сельского и событийного отдыха.

Для всех регионов Беларуси требуется сохранение основополагающих для туризма ресурсов, совершенствование инфраструктуры туристического бизнеса и наращивание инновационного потенциала.

Под инновационным потенциалом понимают синтезированный результат непрерывного процесса выработки новых знаний и их коммерциализации в туризме [6]. Совершенствование инновационного потенциала может быть достигнуто внедрением продуктовых инноваций и технологических новшеств, новых элементов маркетинга и менеджмента в сферу турбизнеса.

Таблица 2 – Основные элементы инновационного потенциала туризма

Типы инноваций	Цели внедрения	Общая характеристика мероприятий
Продуктовые инновации	Расширение ассортимента туристических продуктов и услуг, привлечение туристов	Этнографические туры с участием в народных обрядах и событиях, научно-исследовательские туры по заповедникам, экологические туры по болотам и озерам Беларуси, организация охоты
Технологические новшества	Повышение качества и конкурентоспособности туристических услуг, доступность для туристов из разных стран	Создание информационной инфраструктуры гостиниц, музеев и всех субъектов в системе «on line» Использование аудиогидов в обслуживании музеев
Маркетинговые инновации	Повышение рейтинга и известности Беларуси	Выставки, презентации, бенчмаркинг туристических продуктов и маршрутов

Для Беларуси нетрадиционные виды туризма расширят ассортимент туристических продуктов. Использование технологических инноваций исторически развивало возможности перемещения туристов, увеличивало комфортность их пребывания в регионе и многое другое. Поэтому для Беларуси и ее регионов необходимо совершенствовать информационную систему средств размещения и туристических фирм, использовать нетрадиционные способы оказания туристических услуг (например, восстановление обрядов или исторических событий с участием туристов), а также с учетом экологизации мышления туристов увеличивать число экологических туристских центров.

Применение маркетинговых нововведений при продвижении регионального туристического продукта позволит решить проблему слабой известности Беларуси на мировом туристском рынке, но для этого необходимо синтезировать государственное и частное финансирование.

Для Республики Беларусь использование инноваций необходимо ориентировать на создание информационной инфраструктуры гостиниц, музеев

и субъектов, на нетрадиционные способы оказания туристических услуг, на рост экологических центров и туров, на новые формы их продвижения.

Для Беларуси характерна экспансия выездного туризма, вызванная отсутствием моря, невысоким уровнем сервиса и слабой технической оснащенностью, отсутствием комплексной и системной информации о субъектах и туристических ресурсах, сложностью корректировки маршрутов, отсутствием маркетинга при продвижении туристических продуктов и т.д.

Внедрение инноваций на белорусский туристический рынок осуществляется с отставанием от столицы и от соседних стран. Например, такой вид гостиничных услуг, как таймшер, представляет систему владения клубным отдыхом. Эта долгосрочная аренда клубных средств размещения с правом пользования ими в течение определенного времени применяется в Польше около 10 лет, в России около 5 лет, в Минске уже существует около двух лет, а в Бресте и других областях из-за малой доли состоятельных граждан не предлагается.

Несмотря на выгодное географическое положение и богатую культуру нашей страны, Беларусь не реализовывает свой туристический потенциал в полной мере, вследствие чего недополучает десятки миллионов долларов. Неэффективное управление рекреационно-познавательными и оздоровительными ресурсами, недостаток пропаганды туристических направлений – проблемы, требующие немедленного разрешения.

Перспективы в соответствии с Комплексной программой развития туризма на 2008-2015 годы предусматривают строительство, реконструкцию и ремонт более 840 туристических объектов к 2015 году. Особое внимание уделяется развитию инфраструктуры средних и малых городов, придорожного сервиса, центров духовной и религиозной культуры, экологических зон. Однако основной акцент должен быть сделан на наращивание инновационного потенциала туристического комплекса Беларуси, потенциальные элементы которого представлены в таблице 2.

Для поддержания сферы туризма в областях Беларуси необходимо:

- создать единую информационную систему по пропаганде туристических ресурсов, продуктов и субъектов всех областей республики;
- с учетом активизации государственной поддержки белорусским субъектам стоит активизировать совместную выставочную деятельность;
- адаптировать предложения субъектов каждой области для иностранных туристов с учетом целей путешествия, способов заказов и прочих параметров;
- исследовать происходящие изменения на рынке туристских услуг и использовать инструменты комплекса маркетинга по продвижению туристических продуктов.

Данные рекомендации способствуют формированию туризма как доходного сектора экономики, что позволит решить ряд социальных проблем Беларуси. К примеру: проблему занятости населения, пополнения государственного бюджета и валютных поступлений.

Итак, результаты борьбы за потенциальных туристов напрямую зависят от инновационной туристской политики и от соответствующего потенциала самих субъектов. Следует подчеркнуть, что внедрение инноваций может обеспечить рост доходов от национального экспорта услуг, в том числе и от туризма. С этой целью необходимо повысить адаптивность субъекта настоящего исследования к нововведениям.

Литература

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. статистический сборник Департамента по туризму. – Минск, 2001. – 131с.
2. Статистический ежегодник Республики Беларусь, Минск, 2013.
3. [Электронный ресурс] – Режим доступа: News.tut.by/economics/279294.html.
4. Барометр международного туризма ЮНВТО / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>.
5. ЮНВТО: Основные показатели развития туризма, выпуск 2013 года / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>.
6. Оболенский, В.П. Россия на пути к инновационному развитию / Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – №9. – С.31.

ИННОВАЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ: ТИЗЕРНАЯ РЕКЛАМА

Innovation of promotion on the Belarusian market: teaser advertisement

***Степанюк В.Л., ст. преподаватель кафедры МЭМИ,
Коваленко Е.А., Коваленко Е.А., студентки 3 курса группы Ма-34
специальности «Маркетинг»***

УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест

***V. Stepanjuk, senior lecturer chair GEMI,
E. Kovalenko, E. Kovalenko, students of 3 course group MA-34
speciality «Marketing»
Brest State Technical University, Brest***

Аннотация

В статье рассматривается тизерная реклама как инновация для белорусского рынка по продвижению как самих компаний, так и отдельных товаров или групп товаров. Представлены формулировки основных понятий тизерно-плизерной технологии. Дано описание алгоритма реализации тизерной кампании. Указаны условия применения данной технологии. Кратко описана эволюция тизерной рекламы. Представлена разработанная авторами классификация тизерной рекламы.